

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu fungsi perbankan sebagai lembaga keuangan adalah menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat. Bank dalam hal ini disebut juga sebagai lembaga perantara keuangan atau *intermediary*,² yang dimaksud *intermediary* adalah dimana bank menghubungkan kebutuhan dua nasabah yang berbeda-beda. di satu pihak merupakan nasabah yang memiliki dana, dan pihak lainnya merupakan nasabah yang membutuhkan dana.³ Artinya bank menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dalam bentuk simpanan, kemudian bank menyalurkan dana tersebut ke masyarakat yang membutuhkan dana untuk mengembangkan usahanya atau memenuhi kebutuhan pribadi.

Dalam praktiknya bank umum melaksanakan kegiatan usahanya seperti memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, terbagi menjadi dua yaitu berlandaskan konvensional dan ada yang berlandaskan syariah.⁴ Mereka memiliki beberapa perbedaan, perbedaan yang paling umum, terletak pada bunga dan sistem bagi hasil. Dalam pandangan Islam bunga kerap kali dianggap riba, dan hal

² Ismail, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Kencana), 8-9.

³ *Ibid*, 8.

⁴ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (rev. ed.; Jakarta, 2004), 352.

tersebut merupakan larangan yang tidak diperbolehkan dalam Islam, baik bunga itu sedikit ataupun banyak.⁵ Adapun Bank yang menggunakan ladsan Syariah adalah Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat Indonesia, Bank Jabar Banten Syariah, Bank Syariah Bukopin, Bank BNI Syariah, Bank BRI Syariah dan lain-lain,⁶ yang mana dalam pelaksanaan operasionalnya berdasarkan sistem bagi hasil dan dalam setiap aktivitasnya harus berlandaskan prinsip syariah.

Dilihat dari banyaknya jumlah jaringan kantor perbankan umum syariah, dapat dilihat pada tabel berikut:⁷

**Tabel 1.1 Jumlah Jaringan Kantor Perbankan Umum Syariah
(BUS)**

No	Bank Umum Syariah	KC	KCP	KK	Jumlah
1	Bank Syariah Mandiri	130	437	54	621
2	Bank Muamalat Indonesia	83	191	80	354
3	Bank BRI Syariah	52	205	12	269
4	Bank BNI Syariah	68	171	18	257

⁵ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: 2001), 49.

⁶ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (red. Ed.; Jakarta, 2004), 165.

⁷ <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2017/SPS%20Januari%202017.pdf>, Diakses Pada 31 Agustus 2017, Pukul 15:07.

Pada tabel di atas, bank yang memiliki jumlah jaringan kantor terbanyak adalah Bank Syariah Mandiri, dengan jumlah 621, yaitu 130 Kantor Cabang (KC), 437 Kantor Cabang Pembantu (KCP), 54 Kantor Kas (KK), kemudian Bank Muamalat Indonesia sebesar 354, yaitu 83 Kantor Cabang (KC), 191 Kantor Cabang Pusat, 80 Kantor Kas (KK), BRI Syariah sebesar 269, yaitu 52 Kantor Cabang (KC), 205 Kantor Cabang Pembantu, dan 12 Kantor Kas (KK), urutan ke empat adalah BNI Syariah dengan jumlah sebesar 257, yaitu 68 Kantor Cabang (KC), 171 Kantor Cabang Pembantu (KCP), 18 Kantor Kas (KK).

Perkembangan total aset pada Bank Umum Syariah di Indonesia juga terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2014, total aset sebesar 204.961 triliun, selanjutnya pada tahun 2015 total aset sebesar 213.423 triliun. Dan pada tahun 2016 total aset bank umum syariah mencapai 254.184 triliun.⁸ perkembangan juga dialami oleh Bank Syariah Mandiri yang memiliki total aset sebesar 1.444 triliun pada tahun 2013, 1.513 triliun pada tahun 2014, dan 1.611 triliun pada tahun 2015.⁹

⁸ *Ibid.*

⁹ <https://www.syariahamandiri.co.id/wp-content/uploads/2010/03/AR-BSM-2015-Lap-Kuangan.pdf> dan http://www.syariahamandiri.co.id/wp-content/uploads/2010/03/AR_BSM_2015_laporan_keuangan_final.pdf diakses pada 29 September 2017, pukul 23:00.

Semakin berkembangnya industri perbankan, menimbulkan persaingan yang kompetitif dan ketat agar tetap bertahan atau eksis, Bank Syariah Mandiri (BSM) harus meningkatkan kualitas pelayanan, guna mempertahankan pelanggan untuk loyal terhadap bank tersebut. Berkembangnya jumlah jaringan kantor Bank Syariah Mandiri (BSM) yang tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan yang baik, akan mengakibatkan rasa kecewa nasabah, mengingat nasabah mempunyai harapan untuk dipenuhi dan dipuaskan, hal ini merupakan tuntutan bagi Bank Syariah Mandiri (BSM) untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan. Caceres dan Nichololas dalam Pawitra menjelaskan bahwa kualitas layanan dan produk yang baik akan membuat pelanggan setia terhadap produk ataupun jasa yang diberikan perusahaan.¹⁰

Loyalitas dapat dicapai dengan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen dapat juga dengan adanya nilai positif yang tercipta dimata publik selama ini terhadap produk ataupun jasa yang ditawarkan di pasaran. Sehingga nantinya diharapkan konsumen akan merasa puas dan dengan sendirinya loyalitas konsumen dapat tercipta dalam benak konsumen.¹¹ Keberhasilan sebuah perbankan terletak pada banyaknya nasabah yang menggunakan jasa pada perusahaan tersebut sehingga diharapkan loyalitas nasabah dapat tercipta.

¹⁰ Tiya Gita Pawitra, Soni Harsono, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Emosional Terhadap Kualitas Hubungan dan Loyalitas Pelanggan KFC di Surabaya" *Journal Business and Banking*, Vol III, No. 1 (Mei, 2013), 20.

¹¹ *Ibid*, 20.

Loyalitas merupakan hal yang mutlak bagi perusahaan guna untuk meningkatkan kualitas produknya baik itu berupa barang ataupun jasa.

Parasuraman dalam Pawitra mendefinisikan kualitas layanan sebagai perbedaan antara kenyataan dengan harapan para nasabah atas layanan yang mereka terima.¹² Kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono terdiri dari kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangible*).¹³ Sedangkan Pelayanan Islam dinilai dari enam dimensi yaitu kepatuhan (*compliance*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangible*). Kepatuhan atau *compliance* inilah yang membedakan antara kualitas pelayanan konvensional dengan Islam.¹⁴

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang?
2. Bagaimana pengaruhnya kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM?

¹² Bindi Febry Idham, "Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Implikasi Loyalitas Pada PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional, TBK Cabang Kertajaya Surabaya," *Journal of Business and Banking*, Vol. III No. 1 (Mei, 2013), 94.

¹³ Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction (III. cet.;* Yogyakarta: Andi offset, 2011), 198.

¹⁴ Veithzal Rivai Zainal, *et al., Islamic Marketing Management* (Jakarta: 2017), 179-186.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM

D. Hipotesis Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka peneliti menghipotesiskan bahwa:

H_1 = Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM

H_0 = Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah nasabah tabungan BSM

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis
 - a. Dari hasil penelitian secara akademis, diharapkan dapat menguatkan konsep-konsep syariah terhadap ilmu tentang perbankan,
 - b. Menambah kepustakaan dibidang Perbankan Syariah
2. Manfaat Praktis
 - a. Dari hasil penelitian secara praktis, diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian sejenis.
 - b. Menyajikan pandangan baru mengenai bagaimana kualitas pelayanan yang lebih baik oleh suatu bank syariah kepada pelanggannya

F. Batasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul penelitian, maka peneliti sangat perlu untuk menjelaskan terlebih dahulu yang dimaksud dengan judul penelitian “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM (studi kasus pada Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang),” sebagai penelitian, adapun batasan istilah dan penjelasan dari judul peneliti adalah:

1. Pengaruh: pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda dan sebagainya).¹⁵ Pengaruh yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah daya yang timbul antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan BSM Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang
2. Pelayanan: pelayanan adalah kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.¹⁶ Pelayanan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah melayani nasabah tabungan BSM Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang
3. Loyalitas: loyalitas menurut Oliver dalam Ismail adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli ulang atau berlangganan dengan produk/jasa yang disukai secara konsisten di masa datang sehingga menimbulkan pembelian merek atau rangkaian merek yang sama secara berulang, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi untuk menyebabkan

¹⁵ Septiana Dewi Exmawati, “Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung” (Skripsi Perbankan Syariah IAIN, Tulungagung 2014), 16.

¹⁶ *Ibid*, 16.

perilaku beralih merek.¹⁷ Loyalitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penggunaan jasa Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang secara terus menerus, yang menjadikan bank tersebut adalah bank pilihan utama dan bank yang pertama kali nasabah ingat saat harus memilih bank, serta perilaku nasabah yang menggunakan lebih dari satu produk yang ada di Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang dan mengajak orang lain untuk ikut menabung.



¹⁷ Muhammad Ismail, *Strategi Pemasaran Untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek* (Bogor: 2013), 70.